

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri rokok telah menjadi salah satu industri dominan di Indonesia dengan berbagai merek dan jenis produk yang tersedia di pasaran. Salah satu kota yang memproduksi rokok terbesar yaitu kota Kudus. Kudus mulai mengenal rokok pada abad ke-19 yang dikenalkan pada orang-orang Tionghoa yang tinggal di daerah tersebut dan mulai menanam tumbuhan tembakau. Abad ke-20 pada tahun 1906 untuk pertama kali Kudus mendirikan pabrik rokok yaitu yang bernama Nitisemito, pabrik ini menjadi cikal bakal bagi industri tembakau yang berkembang pesat di daerah Kudus.¹

Setelah kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, industri tembakau di Kudus tetap mengalami perkembangan. Perkembangan ini memiliki dampak yang signifikan pada ekonomi dan budaya Kudus serta industri rokok di Indonesia secara keseluruhan, meskipun sekarang telah dilakukan berbagai perubahan dalam regulasi dan kepemilikan perusahaan terjadi seiring waktu.² Namun, peran Kudus dalam industri tembakau tetap penting hingga sekarang. Produk rokok tidak hanya berkembang di dalam negara saja tetapi sudah masuk ke luar negeri dengan berbagai merek produk yang terkenal sampai pabrik kecil-kecil sudah masuk di mancanegara.³

Industri rokok sudah ada sejak jaman kolonial Belanda, meskipun banyak terdapat kontroversi yang melekat pada produk-produk tembakau terutama rokok yaitu dampak kesehatan yang ditimbulkan terhadap pengonsumsi rokok yang aktif maupun pasif, tetapi industri rokok merupakan salah satu kontributor penting dalam perekonomian Indonesia.⁴

¹ Roby Indrachaya, Hamdan Tri Atmaja, and Ibnu Sodik, "Sejarah Perkembangan Industri Rokok Sukun Kudus Tahun 1974-2011," *Journal of Indonesian History* 8, no. 1 (2019): 72–79. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih/article/view/32216/13829>

² Maria M. Yusuf, *Tembakau Kudus: Sejarah Dan Budaya* (Jakarta: Komunitas Bambu, 2006).

³ Sutanto Darmanto, "Profil Konsumsi Rokok Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi & Kesehatan* 6, no. 2 (2020): 75–88.

⁴ S. Santoso, T., & Riyanto, "Analisis Dampak Industri Rokok Terhadap Kesehatan Masyarakat Di Indonesia: Perspektif Kesehatan Masyarakat.," *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Journal of Public Health)* 8, no. 3 (2019): 120–135.

Perkembangan rokok mencerminkan berbagai dinamika sosial, ekonomi, dan politik. Dari yang awal mulanya industri rumah tangga bertransformasi menjadi produksi pabrik secara massal dan menjadi salah satu penyumbang pajak terbesar di Indonesia. Produksi rokok tentunya tidak luput menjadi perhatian dunia karena meningkatnya produksi dalam negeri dan ekspor ke berbagai negara yang tentunya tidak sedikit.⁵

Dengan produksi rokok yang meningkat tentunya konsumen yang mengonsumsi rokok juga berkembang. Sekarang banyak pabrik rokok yang menginovasikan rokok tidak hanya rasa biasa tetapi ditambah dengan rasa buah seperti mangga, blueberry, dan masih banyak lagi. Dengan begitu tentunya membuat konsumen tertarik membeli rokok sehingga dikatakan meningkatnya produksi rokok juga sebanding dengan meningkatnya penjualan atau yang mengonsumsi rokok itu sendiri.⁶

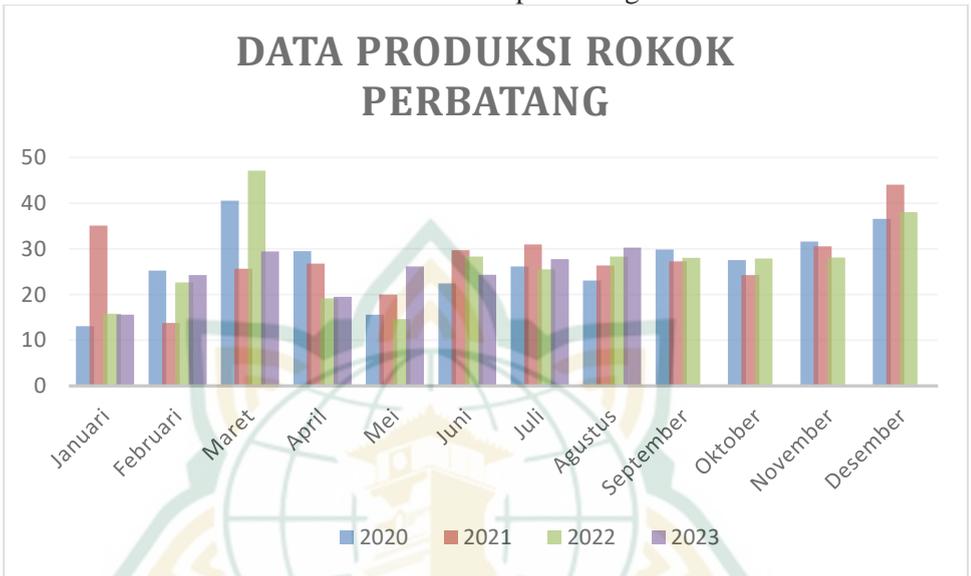
Jadi, selain kesehatan yang menjadi keputusan pembelian rokok pada konsumen tetapi ada juga soal harga, merek rokok, dan juga rasa yang dibuat akan menjadi pertimbangan konsumen pada saat membeli rokok.⁷ Industri rokok dari tahun ke tahun mengalami peningkatan berdasarkan data Direktorat Jendral Bea dan Cukai Kementerian Keuangan menunjukkan produksi bulan Agustus tahun 2023 mencetak rekor tertinggi sepanjang produksi, berikut datanya:

⁵ Widjaja Soegiarto, “Dampak Regulasi Pemerintah Terhadap Industri Rokok Di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 2 (2021): 45–62.

⁶ Indah Yuliana, Aunur Rofiq, and Ami Rotil Ummah, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2022): 2450–2466.

⁷ D Prasetyo, B., & Wijaya, “Perubahan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Rokok Di Pasar Indonesia,” *Jurnal Studi Konsumen*, 5, no. 1 (2020): 17–30.

Grafik 1.1 Produksi per batang dalam miliar



Sumber: Direktorat Jendral Bea dan Cukai

Data yang didapat dari Direktorat Jendral Bea dan Cukai Kementerian Keuangan menunjukkan produksi batang rokok pada bulan Agustus 2023 mencapai 30,31 miliar batang. Jumlah tersebut melesat pada 9,07% dibandingkan bulan sebelumnya. Pada bulan Agustus tahun ini melambung 7,06% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Tahun ini merupakan melejitnya produksi rokok apalagi pada bulan Agustus adalah yang tertinggi sepanjang tahun ini. Kenaikan ini berbanding terbalik pada data *history* dimana produksi biasanya melemah pada bulan pada Agustus, kecuali pada tahun ini.

Fenomena gap pada penelitian ini yaitu mencakup desain kemasan dan persepsi konsumen meski desain kemasan sering diklaim mempengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian, sedikit peneliti yang menggali bagaimana elemen visual spesifik dari kemasan Djarum (warna, bentuk, grafis). Elastisitas harga dalam segmen berbeda, yaitu harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian, namun kurang penelitian tentang seberapa elastis permintaan rokok Djarum terhadap perubahan harga di berbagai segmen pasar. Kualitas produk dengan loyalitas merek, produk dikatakan sebagai faktor penting dalam loyalitas konsumen, sedikit penelitian yang mendalam tentang hubungan antara persepsi kualitas produk Djarum dan

loyalitas merek jangka panjang, terutama dalam konteks persaingan dengan merek lain.

Melihat adanya kenaikan pasti terdapat hal yang menarik dari produk tersebut. Produk rokok di lihat dari desain kemasan yang menarik. Desain kemasan merupakan unsur yang kritis dalam industri tembakau yang melibatkan elemen-elemen estetika, *branding*, dan regulasi yang berkaitan dengan kemasan produk tembakau.⁸ Hal ini yang menjadikan sangat penting untuk menarik konsumen, membedakan merek dari para pesaing, dan memenuhi persyaratan hukum yang ketat. Desain kemasan rokok menjadi kunci dalam mempengaruhi konsumen mempersepsikan merek rokok. Dari warna, gambar, bentuk, dan desain grafis kemasan dapat menciptakan kesan tertentu dan memberikan pesan kepada konsumen tentang merek yang dibeli konsumen.⁹

Desain kemasan yang bisa menjadi faktor menarik konsumen pada produk, desain kemasan juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang kuat. Desain kemasan mencerminkan citra merek, target *audiens*, dan pesan pemasaran yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Kemasan yang menarik dapat membuat merek tersebut lebih menonjol di penjualan dan membantu membangun kesetiaan konsumen.¹⁰ Desain kemasan juga dapat mempengaruhi pesaing, dengan membuat desain kemasan yang berbeda tentunya dapat membedakan produk dari pesaing, konsumen akan tertarik dengan desain yang bagus.¹¹

Namun, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan rokok dalam mendesain kemasan, karena desain kemasan pada industri rokok diatur ketat oleh pemerintah. Perusahaan rokok harus menaati peraturan yang tentunya ketat dalam mendesain kemasan. Salah satunya peringatan tentang bahaya merokok untuk kesehatan yang diwajibkan dalam kemasan rokok dengan tujuan untuk memberikan informasi

⁸ Bambang Susanto, "Studi Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Di Indonesia," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 2 (2020).

⁹ Ana Sofia C. L. Almeida Hira J. A. Barros, "The Impact of Cigarette Package Design on Consumers' Brand Attention," *Tobacco Induced Diseases* 1, no. 16 (2020).

¹⁰ Rachel S. Grana et Al, "Tobacco Control in the Global Village: A Transdisciplinary Perspective from Young Public Health Professionals Worldwide," *Global Health Action* 8, no. 19 (2018).

¹¹ David Hammond, "Health Warning Messages on Tobacco Products: A Review," *Tobacco Control* 7, no. 1 (2018).

kepada konsumen tentang risiko kesehatan yang terkait dengan merokok.¹² Perusahaan harus mematuhi peraturan yang telah dibuat dan memastikan kemasan rokok sesuai dengan hukum. Selain peraturan kemasan yang terdapat tanda peringatan kesehatan perusahaan juga mengalami hambatan dalam desain kemasan, kreativitas yang dipunya dibatasi dalam mendesain kemasan.¹³

Desain kemasan yang memiliki peran penting dalam memberikan keputusan konsumen untuk membeli rokok dan beberapa hambatan yang terjadi maka terdapat hal yang penting dan harus diperhatikan yaitu harga. Mempertimbangkan aspek-aspek tersebut perusahaan harus mampu memahami dan mendalami tentang harga dalam industri rokok, khususnya dalam konteks perusahaan Djarum.¹⁴ Djarum merupakan perusahaan terbesar di Indonesia yang bergerak dalam industri rokok, tentunya yang dilakukan perusahaan Djarum dalam menentukan harga tidak hanya sekedar memberikan harga tetapi harus mempertimbangkan banyak hal apalagi banyak pesaing perusahaan yang sudah maju dan rokoknya dikenal. Maka dari itu, Djarum tidak boleh sembarangan harus tepat dan dipertimbangkan dengan matang-matang.¹⁵

Di samping harga yang menjadi aspek penting dalam keputusan pembelian ada hal yang harus diperhatikan lainnya yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan aspek yang penting dalam dunia pemasaran. Kualitas produk meliputi banyak hal yaitu kualitas fisik (kemasan, bahan, daya tahan), kualitas layanan (pelayanan pada pelanggan), kualitas estetika (penampilan produk), kualitas inovasi (peningkatan produk dari waktu ke waktu). Kualitas produk menjadi aspek yang tidak bisa diremehkan karena hal utama yang menjadi daya tarik konsumen tertarik membeli sebuah produk yaitu dari kualitas yang

¹² WHO Framework Convention on Tobacco Control, *Guidelines for Implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and Labeling of Tobacco Products)*, 2008.

¹³ Stanton A. Glantz Anuja Majmudar, *Tobacco Industry Responsibility for Butts: A Model Tobacco Waste Act, Tobacco Control*, 2011.

¹⁴ Siti Rahayu, "Analisis Pengaruh Desain Kemasan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Daerah Perkotaan," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 2 (2018).

¹⁵ R Wibowo, A., & Santosa, "Analisis Harga Dan Perilaku Konsumen Dalam Industri Rokok: Kasus Djarum Di Pasar Nasional," *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 8, no. 3 (2019): 120–135.

diberikan.¹⁶ Tidak beda jauh dari industri rokok konsumen/pelanggan akan membeli rokok dari kualitas rasa yang diberikan, kemasan yang menarik, dan harga sesuai dengan *budget* yang dipunya.¹⁷

Kualitas produk memiliki dampak besar terhadap keputusan dan kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi cenderung mendapatkan loyalitas konsumen yang lebih tinggi dan reputasi positif. Sebaliknya, produk yang berkualitas rendah dapat merusak reputasi merek. Kualitas produk dikur melalui berbagai metode, termasuk penilaian konsumen, pengujian laboratorium, dan pemantauan kualitas selama proses produksi.¹⁸ Pengukuran ini membantu perusahaan memahami sejauh mana produk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas produk dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan konsisten berkualitas tinggi. Agar produk yang dihasilkan berkualitas tinggi harus melibatkan pengawasan proses produksi, pelatihan karyawan, dan pemantauan kualitas produk pada tahap akhir.¹⁹

Kualitas produk juga harus mengikuti jaman dan harus memerlukan inovasi produk. Inovasi produk merupakan cara meningkatkan kualitas produk dan menjawab perubahan kebutuhan dan ekspektasi konsumen.²⁰ Perusahaan harus terus menerus berinovasi untuk tetap bersaing dan mempertahankan kualitas produk perusahaan. Untuk industri rokok kualitas produk yang harus dipertahankan rasa dan aroma, kualitas tembakau,

¹⁶ Ratna Wulandari, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Di Surabaya," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018).

¹⁷ S Susanto, B., & Utama, "Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Industri Gadget Di Indonesia," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, no. 2 (2021): 45–62.

¹⁸ Ani Wijayanti, "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional," *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 4, no. 1 (2019).

¹⁹ M Prasetyo, D., & Sari, "Pengukuran Kualitas Produk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Pada Produk Kosmetik Di Pasar Nasional," *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 9, no. 1 (2020): 17–20.

²⁰ Dian Permatasari, "Pengaruh Desain Kemasan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 5, no. 2 (2021).

konsistensi produksi, kualitas pengemasan, dan kepatuhan terhadap regulasi.²¹

Pada penelitian yang dilakukan ini memiliki research gap yaitu dengan memfokuskan tiga variabel sekaligus (desain kemasan, harga, dan kualitas produk) untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen yang masih kurang di eksplorasi. Mengetahui apa saja yang mungkin membuat konsumen berubah untuk mengkonsumsi rokok lainnya, kemudian pengaruh eksternal seperti kampanye anti rokok, regulasi pemerintah, dan kesadaran kesehatan masyarakat mungkin mempengaruhi keputusan pembelian rokok. Kurangnya atau terbatasnya penelitian yang membandingkan pengaruh dari ketiga variabel antara Djarum dengan merek rokok lainnya.

Menurut Risfikha dan Fullchis “Pengaruh Desain Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada *Plafrom E-commerce* Shopee” dari penelitian ini menjelaskan bahwa desain kemasan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk emina pada *plafrom e-commerce* shopee.²² Sedangkan Wahyu Ayuningtyas “Pengaruh Peringatan Bergambar Kemasan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia”, terdapat pengaruh negatif signifikan antara peringatan bergambar pada kemasan terhadap keputusan pembelian.²³

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Triziana “Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Mom Milk Manahan Solo”, dengan hasil penelitian bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Mom Milk Manahan.²⁴ Menurut penelitian Friani, Jhony, dan

²¹ R Wibowo, A., & Santoso, “Inovasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Produk Dalam Industri Elektronik Di Indonesia,” *Jurnal Inovasi Bisnis* 8, no. 3 (2019): 120–135.

²² Risfikha Dhela Elfyra and Fullchis Nurtjahjani, “Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Platform E-Commerce Shopee,” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9, no. 1 (2023): 143–148.

²³ Wahyu Ayuningtyas, “Pengaruh Peringatan Bergambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)” (2019): 21.

²⁴ Rizka Triziana Viesti, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Mom Milk Manahan Solo,” *Ums.Ac.Id* (2017).

Henny “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grnd Max Pick Up Studi Kasus PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu Cabang Malalayang”, dengan hasil harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil.²⁵

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muzammil Ilmi “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair *Feira White Shower Cream* di Surabaya”, dengan hasil penelitian yaitu variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Feira White Shower Milk*, dalam hal ini harga tidak menjadi faktor utama yang langsung menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian karena konsumen lebih mengutamakan kualitas produk. Sedangkan variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan.²⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sofiyana “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” dengan hasil penelitian kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan.²⁷ Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farisa Hasna dan Susanti “*Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Purchasing Decisions Fashion 3Secound in the Marketplace*”, memberikan hasil variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya apabila kualitas produk semakin menurun maka akan menurunkan keputusan pembelian tetapi tidak signifikan.²⁸

²⁵ Friani Gloria Igir, Jhony R E Tampi, and Henny Taroreh, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no. 2 (2018): 86–96.

²⁶ Muzammil Ilmi Listighfaroh, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair *Feira White Shower Cream* Di Surabaya,” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2020): 1–17, http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf.

²⁷ Yuliana, Rofiq, and Ummah, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.”

²⁸ Farisa Hasna Nadiya and Susanti Wahyuningsih, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 2 (2020): 1–20.

Kebaruan dari penelitian yang digunakan ini yaitu menggunakan industri rokok sebagai objek dari penelitian ini. Karena dengan menggunakan industri rokok sebagai objek dalam penelitian ini yaitu penulis mengikuti *update* berita sekarang banyaknya permintaan rokok yang sedang gencar-gencarnya memproduksi rokok dan banyak permintaan rokok yang diinginkan konsumen. Maka keputusan konsumen tersebut tidak jauh dari perilaku yang dimiliki, dalam proses pengambilan keputusan konsumen sangat dipengaruhi perilaku. Dalam Islam, proses pengambilan keputusan pembelian diterangkan dalam atar Al Qur'an dengan konsep pengambilan keputusan lebih ditekankan keseimbangan yaitu terdapat dalam Al Qur'an Surat Al Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan.”²⁹

Berdasarkan ayat di atas bahwa merokok tidak dianjurkan dalam Islam, karena merokok dapat menjerumuskan dalam kebinasaan, yaitu merusak seluruh sistem tubuh (menimbulkan penyakit kanker, penyakit pernafasan, penyakit jantung, penyakit pencernaan, efek buruk bagi janin, dan merusak sistem reproduksi), dapat disimpulkan rokok tidak dianjurkan dalam ajaran Islam.

Penelitian yang saya ambil dengan menjadikan perusahaan Djarum sebagai objek karena merupakan perusahaan terbesar yang bergerak dibidang industri rokok dan memiliki peminat yang banyak pada produk yang diproduksi. Dengan data yang diperoleh bahwa industri rokok sedang mengalami kenaikan produksi dibandingkan dengan produksi lainnya. Jika dibandingkan dengan produksi yang lainnya industri rokok sedang gencar-gencarnya memproduksi rokok dan pemasaran yang dilakukan juga mengalami peningkatan yang tinggi. Dengan melakukan penelitian yang lebih lanjut tentang bagaimana kualitas rokok Djarum dan bagaimana konsumen bisa mengukur kualitas dari produk rokok Djarum, apakah ada atribut khusus

²⁹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al Quran Terjemah* (Depok: Al Huda, 2005).

yang lebih disukai konsumen atau terdapat alasan lain sehingga rokok Djarum lebih banyak dipilih dan dibeli oleh konsumen. Sehingga penelitian ini dipengaruhi oleh 3 variabel yaitu desain kemasan, harga, dan kualitas produk.

Penelitian ini akan mengangkat judul tentang **“Pengaruh Desain Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok”**. Dengan objek yang diteliti perusahaan Djarum Kudus.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka secara terperinci peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah desain kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Djarum?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Djarum?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian rokok Djarum?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian rokok Djarum.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rokok Djarum.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok Djarum.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Akademis

Bahan acuan penelitian selanjutnya serta menambah pengetahuan mengenai keputusan pembelian rokok dengan menggunakan 3 variabel yang dipakai peneliti yaitu desain kemasan, harga, dan kualitas produk pada rokok Djarum.

2. Praktis

Untuk masyarakat atau konsumen yang akan membeli rokok karena banyak dampak negatif yang ditimbulkan jika mengkonsumsi rokok, selain itu juga bagi yang menghirup asap rokok juga terkena imbasnya, namun jika memutuskan untuk membeli agar memperhatikan saat akan membeli

rokok dan dengan mempertimbangkan kualitas produk serta harga sehingga waktu pembelian tidak merasa kecewa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibuat guna memudahkan dalam memahami sebuah penelitian. Berikut ini merupakan sistematika penulisan yang hendak peneliti buat:

1. Bagian Awal

Bagian awal mencakup halaman, judul, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar/grafik.

2. Bagian Isi

Meliputi 5 BAB yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Membahas tentang deskripsi teori yang dipakai dalam acuan kegiatan penelitian yang mencakup deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan tentang jenis penelitian dan pendekatan penelitian, populasi serta sampel, identifikasi variabel, variabel operasional serta teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang pembahasan dari penelitian yang dilakukan serta dari penelitian yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Memuat kesimpulan dan saran

3. Bagian Akhir

Memuat daftar pustaka yang dipakai untuk bahan pembuatan skripsi, lampiran pendukung isi penelitian.